FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACION DEL ESPÁRRAGO FRESCO O REFRIGERADO PERUANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2013-2017

TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

AUTOR

CRISTOBAL MOROTE, FRANCHESCO EDUARDO

ASESOR

MBA. RICARDO FERNANDO COSIO BORDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

LIMA-PERÚ

2018

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	**ACTA DE APROBACIÓN DE LA TESIS**	Código : F07-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1

El Jurado encargado de evaluar la tesis presentada por don (a) Franchesco Eduardo Cristobal Morote cuyo título es: Competitividad de la exportación del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017.

Reunido en la fecha, escuchó la sustentación y la resolución de preguntas por el estudiante, otorgándole el calificativo de: ..15....(número) .....Quince.....(letras).

Lima,.....6.....de...12..., del 20.18

.....
PRESIDENTE
Dr. Claudio Zegarra

.....
SECRETARIO
Mg. Ricardo F. Casio Borda

.....
VOCAL
Mg. Lauralinda Cavero - Egúsquiza Vargas.

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de Investigación

Dedicatoria

Este trabajo se lo dedico a mi madre Alexandra Yudith Morote Silva, a mi padre Ramón Constantino Cristobal Alfaro, a mi hermana Gubela Andrea Cristobal Morote y a toda mi familia por su aliento constante y por confiar siempre en cada paso que he decidido dar.

Agradecimiento

Le agradezco al profesor Ricardo Fernando Cosio Borda, por su firme e incesante asesoría para la elaboración de la presente tesis y a todo el personal de la escuela de Negocios Internacionales por su apoyo absoluto.

Gracias a todos.

DECLARATORIA DE AUTENTICIDAD

Yo, Franchesco Eduardo Cristobal Morote con DNI N° 73131714 a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presenta en la presente tesis son auténticos y veraces.

En tal sentido, asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión, tanto en los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Lima, 06 de diciembre del 2018

_____

Franchesco Eduardo Cristobal Morote

73131714

PRESENTACIÓN

Señores miembros del Jurado:

El cumplimiento del reglamento de grados y títulos en la Universidad Cesar Vallejo presenta ante ustedes la tesis titulada: “Competitividad de la exportación del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de estados unidos, 2013-2017”, la misma que someto a vuestra consideración y espero que cumpla con los requisitos de aprobación para obtener el título Profesional de Negocios Internacionales.

Este presente trabajo de investigación consta de siete capítulos, en el primer capítulo se establece y describe el problema de la investigación con relación a las variables, en el segundo capítulo desarrollamos la metodología de la investigación, en el tercer capítulo se presentan los resultados, en el cuarto capítulo realizamos la discusión, en el quinto capítulo se desarrolla las conclusiones, en el sexto capítulo se establece las recomendaciones, y por último en el séptimo capítulo se presentan las referencias.

El Autor

RESUMEN

La presente investigación tuvo como finalidad determinar “La competitividad de la exportación del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017”.

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, longitudinal de tendencia ya que busca determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el Mercado de Estados Unidos en el periodo 2013 – 2017. Del mismo modo no será necesario una población ni una muestra debido a que es una investigación que considerará en su totalidad datos ex post facto. La competitividad del espárrago fresco o refrigerado peruano se obtendrá mediante la aplicación de la Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones (VCE), los cuales serán calculados de forma anual dentro del periodo 2013-2017, la presentación de los datos se desarrolló a través del uso de tablas y gráficos de líneas, donde podrá analizarse la competitividad de Perú, México y Canadá.

Finalmente, se ha logrado determinar que la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos ha mostrado una tendencia decreciente, con una variación de -6.29% en el periodo 2013-2017.

Palabras clave: Competitividad, Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones.

INDICE

ABSTRACT

The objective of the present investigation was to determine "The competitiveness of the export of Peruvian fresh in the United States market, 2013-2017".

This research has a quantitative approach, with a non experimental design, a longitudinal tendency that seeks to determine the level of competition of fresh Peruvian asparagus in the United States Market in the period 2013 - 2017. a sample because it is an investigation that considers your information ex post facto. Fresh or chilled air competition can be used through the application of the Revealed Comparative Advantage of Exports (VCE), the calculations of the annual form within the period 2013-2017, the presentation of the data is treated through the use of tables and line graphs, where you can analyze the competitiveness of Peru, Mexico and Canada.

Finally, it has been determined that the comparative advantage of exports of fresh or chilled asparagus in the United States market has shown a decreasing trend, with a variation of -6.29% in the period 2013-2017.

Keywords: Competitiveness, Revealed Comparative Advantage of Exports.

I. INTRODUCCIÓN

1.1 Realidad Problemática

El sector agropecuario en el primer bimestre de este año acumuló un crecimiento de 4.3% con relación a similar periodo del año 2017, recuperando de esta manera los impactos de El Niño costero del año previo, según el Ministerio de Agricultura y Riego. Asimismo, precisó que la producción del subsector agrícola en los dos primeros meses del año, se incrementó en 6,3%. (2018)

Asimismo, el gerente general de Frío Aéreo, Eli Bustinza, indica que en general, las agroexportaciones peruanas tuvieron un balance positivo en el 2017. Si nos enfocamos en la canasta de vegetales frescos que exportamos, destacan (en términos de volumen) las Paltas, Arándanos y Granadas con crecimientos importantes; pero en contraparte productos como Uvas, Espárragos, Arvejas y otros presentaron reducciones significativas. Recordemos que el 2017 presentó un primer semestre totalmente atípico por el fenómeno de “El Niño”, periodo durante el cual se contrajeron los volúmenes de importantes productos como lo es en nuestro caso el Espárrago. (2018)

El cultivo del espárrago se originó en 1950, en La Libertad, Perú; la comercialización inicial de la hortaliza (espárrago blanco) al mercado exterior tuvo como destinos a Dinamarca. El Perú posee factores que brindan privilegios a la industria de la hortaliza, como las condiciones climáticas y la calidad del suelo.

China, Perú, México y Alemania son los primordiales productores de la hortaliza; de los cuales Perú mantiene producción todo el año. Del mismo modo encontramos a Estados Unidos, Canadá y Alemania como los países con mayor porcentaje de participación en las importaciones del espárrago a nivel mundial. China es considerado como principal productor sin embargo no es el país con mayor índice de exportación de espárragos, ya que su producción está orientada a su mercado local (IPEH, 2015).

En la actualidad Perú cuenta con cerca de 25,000 ha. de cultivos de espárragos, equivalente al 14% del área cultivada a nivel mundial, lo que posiciona al Perú entre los principales con mayor superficie agrícola designada para esta hortaliza. La tercera posición la ocupa Alemania, con una superficie de 22,000 ha (12%), este país destina casi la totalidad de su producción (95%) de la hortaliza para el consumo nacional, ya que se caracteriza por ser un alto consumidor de espárrago. México, incrementó de forma rauda sus áreas de cultivo, producto del aumento de su comercialización con EE.UU.
Sonora (9,500 ha), Baja California (3,800 ha) y Guanajato (2,500 ha) son las principales regiones productores del país azteca. (Böttger, 2016)

El precio del espárrago mexicano es menor en consideración al peruano, esto debido a los bajos precios logísticos en los que incurre México en comparación a Perú, sin embargo, el mercado estadounidense prefiere consumir espárragos peruanos debido a la calidad del producto. (Mestiza Rojas y Escalante, 2003)

México está considerado como uno de los países con mayor producción de espárrago, su principal mercado, al igual que Perú, es Estados Unidos; del total de exportaciones de espárragos México tiene un 27% de participación y Perú el 39%. (Secretaría de Hacienda y Crédito Público, 2014). “La política de comercio exterior puede otorgar poderosos incentivos o desincentivos a la producción…” (FAO, s.f) México posee un TLC con EE.UU desde 1995, el ingreso de este producto al mercado estadounidense se hace a 0% de arancel. La producción se ha incrementado con el pasar de los años (FAOSTAT, 2016)

En los meses que sale la producción de espárrago de México, los productores peruanos reducen sus envíos a EE UU para no verse afectados por la caída estrepitosa de los precios. “En el momento que sale Caborca, entre febrero hasta fines de marzo o inicios de abril, una ventana muy pequeña de muchísima producción, el mercado se ve deprimido por la

sobreoferta. El 2017 fue muy bueno en producción en México y eso ha hecho que los precios también cayeran de manera importante. En ese periodo, Perú no es muy competitivo", comenta el presidente del Instituto Peruano de Espárrago y Hortalizas (IPEH), Lionel Arce.

Red Agrícola en su artículo "Reconfiguración del negocio de espárrago" publicado en febrero del 2018 sostiene que: Lo que puede dar una vuelta de tuerca a esta historia es que, durante 2018, el Perú logre el levantamiento de la fumigación impuesta por la autoridad sanitaria de EE UU al espárrago peruano.
Según Lionel Arce, eso puede ocurrir en los próximos meses, luego de una ardua negociación entre el SENASA y APHIS para demostrar que la Copitarsia corruda no es una amenaza sanitaria. Eso originaría una serie de cambios en la exportación de espárragos peruanos, debido a que mejoraría su competitividad y presencia en el mercado del norte. Los productores locales están muy optimistas de que eso ocurrirá pronto. (2018)

México ha desplazado al Perú como primer exportador de espárragos frescos en ese mercado. En el plano local, se presencia un reacomodo entre actores del negocio esparraguero, sobre todo porque las grandes empresas cedieron el cultivo a los pequeños productores. Todo ello a la espera de que en 2018 se levante por fin el requisito de las autoridades estadounidenses de fumigar los espárragos peruanos. Esto, muy probablemente, hará que los productores locales retomen el liderazgo comercial en el mundo que ostentaron durante al menos las últimas dos décadas. (Red Agrícola,2018)

La presente investigación busca analizar e identificar mediante la aplicación del índice de la ventaja comparativa revelada de las exportaciones, ¿Cuál es el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017?

1.2 Trabajos previos

Herdocio (2014) en su tesis para la obtención de su licenciatura "Innovación

en países de desarrollo”. Universidad de Chile, Chile; tuvo como objetivo estudiar cuáles son los elementos determinantes para la innovación en los países en vías de desarrollo, asimismo el autor desarrolla un análisis factorial, con la finalidad de obtener el número mínimo de dimensiones capaces de explicar el máximo de información comprendida en los datos recolectados. Herdocio concluyó que la innovación es un componente diferenciador clave para alcanzar un éxito trascendental en el mercado para cualquier empresa. Del mismo modo concluyó que la administración del conocimiento, es la herramienta que permite que exista un enfoque estratégico direccionado para alcanzar un mayor desarrollo competitivo. Esta gestión promueve y favorece el desarrollo de competencias distintivas.

Youkhadar (2016) en tesis para optar al grado de MBA en Administración denominado “ORGANIC FOOD Market and Restaurant”, desarrollado bajo un enfoque cuantitativo de método empírico. Universidad de Chile, Chile. El objetivo de su investigación fue evaluar la oportunidad de negocios de Organic Food en el mercado de Panamá; el autor concluyó que el mercado mundial de productos orgánicos ha mantenido un crecimiento sostenido de 5% promedio desde el año 2005, también indicó que las últimas cifras obtenidas sobre el crecimiento global del mercado de consumos de productos orgánicos, por la publicación Organic Monitor ha estimado que el mercado mundial de productos orgánicos en 2013 alcanzó los 72 mil millones de dólares estadounidenses (aproximadamente 55 mil millones de euros).

Vita (2015) en su tesis de licenciatura "Desarrollo de marca en commodities de origen agrícola: El caso de la industria vitícola de la provincia de San Juan”. Universidad de San Andrés, Argentina; desarrollada bajo un enfoque cuantitativo de tipo descriptivo, donde se recolectaron datos mediante la realización de entrevistas a miembros de la Cámara Vitivinícola Argentina y productores de uvas de la provincia de San Juan. La tesis concluyó que uno de los obstáculos en el desarrollo de marca, es el recurso financiero de la industria, expresando los participantes la falta de políticas de financiamiento que se adapten a las particularidades funcionales del sector. Como

consecuencia de la inexistente oferta que se adecuen a la dinámica industria, los pequeños y medianos productores recurren a la negociación de adelantos y financiamiento por parte de las grandes empresas comercializadoras, este contexto genera una pérdida de autonomía por parte de los agricultores debido a la dependencia originada asimismo también existe una reducción de márgenes de ganancia por parte estos como resultado del alto poder de negociación de los compradores. Del mismo modo concluyó que los productores no lograrán desarrollar como una marca exitosa y mucho menos perdurable en el tiempo, si hay ausencia de incentivos para la inversión individual, si no existe políticas que tengan como objetivo aglomerar con otros miembros propios de la industria o tercerización de actividades que brinden mejoras en la calidad del producto.

Gónzales (2016), en su tesis para obtener el grado de licenciatura en Administración de Empresas, “Innovación estratégica dentro de la industria alimentaria caso Gallo Snacks: una propuesta diferente” (Universidad San Andrés, Argentina), empleando un estudio descriptivo en primera instancia, para describir la estrategia desarrollada por Molinos Río de la plata al momento de innovar en su portafolio de productos, en segunda instancia se realizó un estudio explicativo para comprender las razones por las cuales Molinos Río de la Plata decidió por adoptar decisiones que fueron claves para desarrollar ventajas competitivas sostenibles en el tiempo en un determinado contexto. Gónzales concluyó que las ventajas competitivas no son propias meramente del producto, sino de un adecuado aprovechamiento de recursos estratégicos tales como el conocimiento de producción de óptima calidad, empleo de tecnología, reputación de marca y cultura de la empresa, también concluye que la sostenibilidad de la ventaja competitiva implica que la empresa sea capaz de desarrollar barreras a la imitación, siendo consciente que pueden crecer nuevas y mejores oportunidades de negocios que si son aprovechadas por la competencia, erosionarían su posicionamiento competitivo.

Bengoa, Ramos y Shimabukuro (2016), en su tesis para optar el grado de

magister en Administración. “Plan de negocios para el ingreso a la exportación del espárrago congelado” (Universidad del Pacífico, Perú), empleó dos tipos de investigación; exploratoria, generando y analizando datos secundarios y primarios; descriptiva, mediante la aplicación de encuestas. Los autores concluyeron que el principal mercado del espárrago peruano es Estados Unidos; sin embargo, sugirió que las empresas de la industria deben no sólo centrarse en el país de destino sino en segmentos particulares, ya que es en ellos donde el espárrago congelado encontrará nuevos nichos de mercados. Asimismo, la preocupación por la salud y la preferencia por productos orgánicos y saludables ha ido incrementando años tras años, fortaleciendo la presencia de mercados potenciales para el espárrago congelado.

Los autores también concluyen que existe un competidor importante en el mercado de Estados Unidos, pese a que Perú sigue manteniéndose como principal proveedor de espárrago congelado, México ha logrado acortar la diferencia de estacionalidad con el Perú, aumentando sus exportaciones de la hortaliza, que gozan de un menor coste logístico debido a la cercanía con el país norteamericano.

Ubillús (2015) en su tesis para optar el grado de bachiller de Economista, “La quinua como alternativa de cultivo rentable en la región de Lambayeque para el mercado interno y externo” (Universidad Ricardo Palma, Perú); empleó un método inductivo-deductivo, histórico-descriptivo, analítico. Ubillús concluyó que las medidas tomadas por el gobierno mediante sus programas de desarrollo e incentivo al sector de agroexportación tales como Sierra Exportadora, Sustitución de Cultivos y Pro quinua, no están llegando de forma adecuada a los agentes productores del cultivo; ya que la información brindada es limitada sobre los potenciales compradores extranjeros y los procesos para contactar y/o concretar acuerdos comerciales.

Bayona, Elejalde, Montoya y Ulloque (2017) en su tesis para optar el grado de Magíster en Administración Estratégica de Empresas, “Planeamiento Estratégico de la Industria Peruana del Espárrago” (Pontificia Universidad

Católica del Perú). Los autores concluyeron que la industria del espárrago peruano cuenta con una posición preponderante frente a los demás países productores de la hortaliza, pero que como consecuencia de un exiguo avance tecnológico y una limitada cadena de distribución no ha logrado consolidarse como líder exportador. Muy por el contrario, México ha adecuado e implementado de forma eficiente su cadena de distribución, logrando consolidarse como el principal proveedor de espárrago fresco en el mercado de Estados Unidos.

Jara, Soleyl, Parin y Mara (2017) en su tesis para optar el grado de Licenciados en Negocios Internacionales, “Factores que influyeron en la disminución de las exportaciones de espárragos frescos a Estados Unidos entre los años 2012 al 2015” (UPC); donde se empleó una investigación cualitativa descriptiva-explicativa. Los autores concluyeron que México ha extendido sus hectáreas de cultivo, convirtiéndose como el principal exportador de espárrago fresco en el mercado de Estados Unidos, desplazando a Perú. Asimismo, cabe resaltar que la proximidad del país azteca con Estados Unidos es un factor determinante en el precio final de la hortaliza, factor con el cual no es posible competir pese a que nuestros espárragos son considerados en el mercado mundial como los de mayor calidad, ya que nuestro precio es más elevado por temas intrínsecamente logísticos.

Ruiz y Trinidad (2017), en su tesis para obtener el grado de licenciado en Negocios Internacionales, “Efecto de las tecnologías de información y Comunicación (tic) en la competitividad Internacional de las pymes agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana Y Callao” (USIL, Perú), empleó un diseño no experimental, transversal, correlacional con el objetivo de analizar el grado de relación de las variables asociadas con la competitividad internacional. En su proyecto de investigación concluyó que Perú en el sector agropecuario es reconocido a nivel mundial a consecuencia de producir espárragos frescos de alta calidad a nivel mundial. El mercado más significativo es el de Estados Unidos, con un 52,16% (2014),

siendo este el más rentable a diferencia del resto. Las empresas agroexportadoras cuentan con presencia en el mercado mundial y con un gran reconocimiento de calidad respecto a la hortaliza (espárrago), sin embargo, hay una necesidad de innovación, para un mejoramiento de calidad y productividad en el sector.

Rosalina Jaime Meuly (2015), en su Sexto Coloquio Interdisciplinario de Doctorado denominado “Análisis de la competitividad de las Exportaciones de espárrago mexicano a Estados Unidos en el marco del tratado de libre comercio de América del Norte”, concluyó que Estados Unidos importa el espárrago proveniente de México porque es de mayor calidad que el americano, dado que el país azteca cuenta con plantaciones y mano de obra calificada que brinda atención en todo el proceso productivo del espárrago, primordialmente en la poda, a diferencia de Estados Unidos, que posee una producción mecanizada.

Cuyuche, Planas y Salazar (2017), en su tesis para optar el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas, “Planeamiento Estratégico del Espárrago en el Perú” (PUCP, Lima). Los autores concluyeron que Caborca es una región que cuenta con gran similitud a la costa peruana, ya que su clima le permite producir la hortaliza todo el año, con exclusión de los meses de mayo y junio como consecuencia del incremento de las temperaturas, convirtiendo a México como nuestro principal competidor en el mercado de Estados Unidos.

Alburquerque (2014), en la tesis para obtener el grado de licenciatura en Economía, “Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992 – 2013” (Universidad Privada Antenor Orrego, Perú), se aplicó el diseño explicativo y correlacional, la investigación tuvo como objetivo general el demostrar que los factores que determinaron la demanda internacional del espárrago fresco del Perú (1992-2013), fueron el precio del espárrago peruano, precio de la hortaliza de otros orígenes y los ingresos del consumidor externo. Alburquerque concluyó que

el principal sustituto del espárrago fresco peruano es el mexicano, la variación del precio fue determinante en la competencia con la hortaliza de origen peruano; un aumento del precio del espárrago mexicano generaría una importante oportunidad para acrecentar el volumen de las exportaciones nacionales.

En un comunicado de prensa la Delegación de la SAGARPA en la ciudad de México (2017) sostuvo que México es el tercer productor de espárragos a nivel global y en la última década llegó a triplicar su cultivo, lo que es un reflejo de las medidas tomadas por las autoridades aztecas pertinentes del sector agrícola.

1.3 Teorías relacionadas al tema

1.3.1 Variable

1.3.1.1 Competitividad

A. Definición

"[…]El carácter multifacético del concepto requiere una amplia gama de factores para dar cuenta de él, así como sus atributos pueden hallarse en diversas dimensiones […]". (Ubfal, 2004)

La competitividad no es un "estadio" a alcanzar, sino un proceso continuo de esfuerzos conjuntos hacia la adquisición de atributos diferenciables […] en el que los resultados se obtienen a largo plazo" (Horta y Jung, 2002, p. 6).

Según una publicación del Strategic Management School de 1997, el concepto de competitividad se explica en función del objeto analizado. Es decir, lo que constituye el esquema conceptual de la competitividad de una nación es distinto de la competitividad de las agroindustrias. La competitividad agroindustrial es la habilidad para crear beneficio y entregar valor por liderazgo en costos y/o diferenciación del producto.

"[…] es un proceso continuo y complejo de mejoramiento […] (Mendez, 2000, pp.34)

B. Dimensiones

Para medir el nivel de competitividad del espárrago peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017, emplearemos el VCE aplicado a Perú, México y Canadá los cuales serán nuestras dimensiones, asimismo el motivo por el cual se seleccionó los países ya mencionados, es porque en conjunto se consolidan como los principales exportadores de la hortaliza en el mercado estadounidense, con una participación del 99.9% (TradeMap, 2018)

C. Indicadores

De las teorías estudiadas en esta investigación, consideraremos para la medición de la competitividad del espárrago peruano "la ventaja comparativa revelada de las exportaciones (VCE), la cual ha sido extraída del VCR, dado que la presente investigación busca determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013-2017.

Los indicadores a tomar son los siguientes por cada país son:

$$\boldsymbol{VCRE_a^i} = \ln[(\boldsymbol{X_a^i}/\boldsymbol{X_n^i})/(\boldsymbol{X_a^r}/\boldsymbol{X_n^r})]$$

Xni: Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía a) en el país i.

Xai: Valor de las exportaciones de la mercancía a en el país i.

Xnr: Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país I.

Xar: Valor de las exportaciones del producto a en el mundo (menos lo exportado por el país i).

Si el VCE es mayor a 1 indica que el país a analizar cuenta con una ventaja comparativa revelada en un producto en específico. Si el VCE es menor a 1 indica que el país evaluado presenta una desventaja comparativa revelada en un producto en específico.

Las variaciones en este índice a través del tiempo nos brindan información útil acerca de las tendencias en la competitividad del

producto en un periodo de tiempo establecido. A mayor valor obtenido en este índice, significará un mayor nivel de especialización de un país en un producto en específico.

D. Teorías relacionadas

i. Ventaja Comparativa Revelada

Vollrath, investigó las tendencias de la competitividad internacional en la agricultura, mediante mediciones alternas de ventajas comparativas reveladas que emplean datos de exportación e importación, buscando incorporar los impactos de la oferta y la demanda relativa de un determinado bien o producto. Los índices son: el índice de ventajas relativas de comercio y el de competitividad revelada, pese a los distintos nombres con los que se denominan, en el presente trabajo emplearemos la denominación utilizada por Vollrath pero en español "Ventaja Comparativa Revelada" (revealed comparative advantage), este indicador es el más utilizado por sus atributos teóricos.

$$\boldsymbol{VCR_a^i = VCE_a^i - VCI_a^i}$$

VCE: Ventaja Comparativa revelada de las exportaciones.

VCI: Ventaja Comparativa revelada de las importaciones.

ii. Índice de Complementariedad Comercial (ICC)

Este índice fue enunciado por Anderson y Norheim, el índice de complementariedad comercial fue originario del índice de ventaja comparativa revelada, propuesto por Balassa.

La aplicación del ICC nos brinda información para determinar qué tan bien coincide el perfil exportador de un determinado país con el perfil importador de otro, si se llegase a obtener un mayor grado de complementariedad, obtendríamos como consecuencia un mayor comercio entre los países analizados.

$$\mathrm{ICC}_{A,B}^{a} = \frac{\frac{X_A^a}{X_A}}{\frac{M_{Mun}^a}{M_{Mun}}} * \frac{\frac{M_B^a}{M_B}}{\frac{M_{Mun}^a}{M_{Mun}}}$$

Variables:

X^a_A: Exportaciones del bien a del país A

X_A: Exportaciones Totales del país A

M^a_B: Importaciones del bien a del país B

M_B: Importaciones totales del país B

M^a_{Mun}: Importaciones mundiales del bien a (excluidas las importaciones del país A)

M_{Mun}: Importaciones mundiales totales

iii. El Método de Análisis de Participación Constante del Mercado (CMS)

El CMS es una técnica estadística que nos permite cuantificar la contribución de la competitividad al desempeño de las exportaciones de un determinado país.

Fue dado a conocer por Leamer y Stern en 1970; quién determina y analiza los limitantes teóricos y experimentales fue Richardson en 1971. Con la finalidad de plantearla a los diversos productos del sector agrícola dentro de un mercado particular, Ahmadi – Esfahani en 1995 realizan la adaptación del CMS a la versión mejorada de Jepma. Avendaño en el año 2008, referenció en su revista "Globalización y competitividad en el sector hortofrutícola: México, el gran perdedor" a Ahmadi – Esfahani, quiénes definieron a la participación constante como la siguiente expresión:

$$\Delta q = Sj0\Delta Qj + \Delta SjQj0 + \Delta Sj\Delta Qj$$

Donde:

$Sj0\Delta Qj$ = Efecto estructural.

Representa la variación esperada en las exportaciones, siempre que se mantenga incesante su participación original del país en el mercado mundial y en el mercado objetivo. Si el resultado es positivo, nos indicará que hay una relación positiva consecuente entre el crecimiento de la demanda del producto con el crecimiento de las exportaciones de este.

$\Delta SjQj0$ = Efecto competitividad o residual.

Simboliza la parte de la variación en las exportaciones, que pueden asignarse a las modificaciones en la competitividad que ocurrieron a lo largo de un determinado periodo. Si se obtiene un resultado positivo, indica que el país obtiene competitividad y viceversa en caso disminuya.

$\Delta Sj\Delta Qj$ = Efecto interacción o de segundo orden.

Calcula el influjo de la interacción entre cambios en la intervención de mercado, con variaciones en la demanda.

1.4 Formulación del Problema

1.4.1 Problema General

¿Cuál es el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?

1.4.2 Problemas Específicos

- ¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?
- ¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco mexicano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?
- ¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco canadiense en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?

1.5 Justificación del Estudio

1.5.1 Justificación Metodológica

Esta justificación primordialmente tomará en consideración los resultados obtenidos de la variable (competitividad) analizada en la presente tesis, los productos de estos resultados nos brindarán un panorama claro, conciso y actualizado que nos permitirá determinar el nivel de competitividad de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados

Unidos en el periodo 2013-2017.

1.5.2 Justificación Práctica

A través del estudio de la presente investigación se busca concientizar al gobierno y las autoridades pertinentes del sector agropecuario peruano del contexto competitivo del espárrago fresco en Estados Unidos, para que puedan plantear diversas estrategias que permitan posicionarnos nuevamente como principal proveedor de la hortaliza en el mercado estadounidense.

1.5.3 Justificación Teórica

La presente investigación tiene como propósito determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, lo cual nos permitirá ampliar nuestro conocimiento.

1.6 Hipótesis

1.6.1 Hipótesis General

El nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, descendió.

1.6.2 Hipótesis Específicas

- La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013 - 2017, disminuyó.
- La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco mexicano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, aumentó.
- La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco canadiense en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, aumentó.

1.7 Objetivos

1.7.1 Objetivo General

Determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.

1.7.2 Objetivos Específicos

- Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.
- Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado mexicano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.
- Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado canadiense en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.

II. MÉTODO

2.1 Diseño de Investigación

La presente investigación tiene un enfoque cuantitativo, con diseño no experimental, longitudinal de tendencia ya que busca determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco o refrigerado peruano en el Mercado de Estados Unidos en el periodo 2013 – 2017.

Gómez señala que bajo el enfoque cuantitativo:

> […]La recolección de datos es equivalente a medir. De acuerdo con la definición clásica del término, medir significa asignar números a objetos y eventos de acuerdo a ciertas reglas. Muchas veces el concepto se hace observable a través de referentes empíricos asociados a él. (p.121, 2006)

Hernández en la 6ta edición de su libro Metodología de la Investigación conceptualiza que:

> […]Los diseños de tendencia son aquellos que analizan cambios al paso del tiempo en categorías, conceptos, variables o sus relaciones de alguna población en general. Su característica distintiva es que la atención se centra en la población o universo. (p.160, 2014)

2.2 Variables, Operacionalización

Variables	Definición	Definición	Indicadores

	Conceptual	Operacional	
Competitividad	Ramírez: señala que la definición otorgada por la Real Academia Española puede ser interpretada como “la capacidad que tienen los agentes económicos de aprovechar escenarios favorables que se presentan en el mundo de la economía en forma permanente” (p.111, 2016).	Para poder evaluar y determinar la competitividad a nivel de las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado de los países analizados en la presente tesis, emplearemos la teoría de la Ventaja Comparativa Revelada de las exportaciones (VCE).	**Xni:** Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía A) en el país I. **Xai:** Valor de las exportaciones de las exportaciones de la mercancía A en el país I. **Xnr:** Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país I. **Xar:** Valor de las exportaciones del producto A en el mundo (menos lo exportado por el país I).

2.3 Población y muestra

En la presente investigación no será necesario una población ni una muestra debido a que es una investigación que considerará en su totalidad datos ex post facto. Esta tesis tomará datos dentro del rango de tiempo 2013-2017.

Hernández sostiene que:

[…] “La investigación no experimental también se conoce como investigación ex post-facto (los hechos y variables ya ocurrieron), y observa variables y relaciones entre éstas en su contexto natural.” (p.165, 2014)

2.4 Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y

confiabilidad

No recurriremos a ningún tipo de técnica ni instrumento de recolección de datos ya que los datos a tomar en cuenta en la presente tesis, serán adquiridos de diversas fuentes tales como la USDA-FAO, TRADEMAP, COMEX, SIICEX, MINAGRI.

2.5 Métodos de análisis de datos

Habiendo recolectado los datos requeridos para hallar el índice de Ventaja Comparativa de Exportaciones (VCE), los cuales serán calculados de forma anual dentro del periodo 2013-2017, se procederá a desarrollar un método estadístico mediante la elaboración de cuadros estadísticos y gráficos de tendencia donde podrá analizarse la competitividad de los 3 primeros países con mayor volumen de exportación de espárrago fresco o refrigerado en el mercado de Estados Unidos, finalmente se elaborará una comparación gráfica lineal de los países en mención líneas superiores, con el objetivo de determinar cual ha mostrado un crecimiento en las VCE en relación al espárrago fresco o refrigerado en el mercado norteamericano.

2.6 Aspectos éticos

En el proyecto de tesis “Competitividad de la exportación del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017”, respeta los términos de propiedad intelectual de los autores de tesis, publicaciones, fuentes confiables de apoyo en mi investigación. Asimismo, seguía de los métodos investigativos de acuerdo con el manual APA.

III. RESULTADOS

3.1 Resultados sobre la Ventaja Comparativa Revelada de las exportaciones de espárrago Fresco o refrigerado al mercado de Estados Unidos.

El análisis de datos y resultados se han obtenido a partir de las variables establecidas por la Ventaja Comparativa Revelada de las exportaciones, los cuales nos han permitido dar respuesta a la problemática y objetivos planteados.

Estos resultados nos permiten identificar la competitividad de la exportación del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de estados unidos en el periodo 2013- 2017.

3.1.1 Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones de Espárrago Fresco o refrigerado de Perú

Tomando cada una de las variables mencionadas en el cuadro n°1 durante el periodo 2013-2017, se procedió a emplear la construcción del Índice de Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones (VCE) considerando para la presente tesis las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado de Perú.

PERÚ

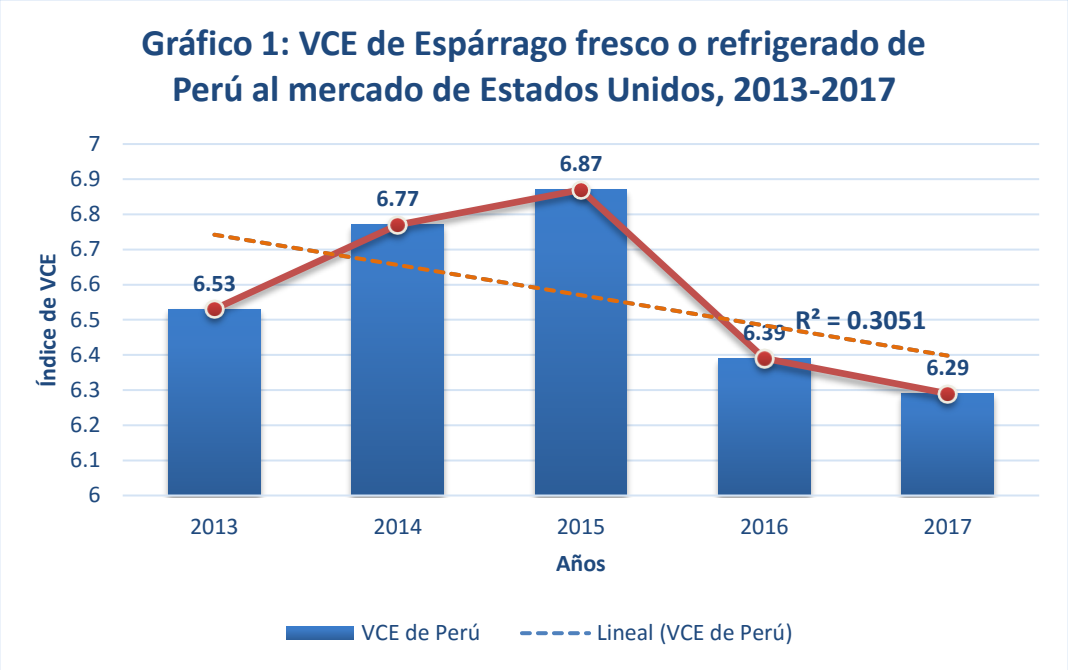
Años	Xni	Xai	Xar	Xnr
2013	$7,564,212.00	$299,518.00	$994,646.00	$17,301,041,532.00
2014	$6,018,827.00	$302,082.00	$992,818.00	$17,254,895,383.00
2015	$4,806,414.00	$322,448.00	$1,037,887.00	$14,911,441,876.00
2016	$6,057,094.00	$293,097.00	$1,170,436.00	$14.434.499,809.00
2017	$6,650,714.00	$272,472.00	$1,219,008.00	$16,038,959,394.00

Fuente: Trade Map Cuadro n°1

Xni	Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía A) en el país I.
Xai	Valor de las exportaciones de las exportaciones de la mercancía A en el país I.
Xar	Valor de las exportaciones del producto A en el mundo (menos lo exportado por el país I).
Xnr	Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país I.

En el gráfico 1 se aprecia el VCE del espárrago fresco o refrigerado peruano en el periodo 2013-2017. En el año 2014 Perú se posicionó como el primer exportador de espárrago fresco en el mercado de Estados Unidos, el valor de las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado al mercado de Estados Unidos ascendió a 302,082 miles de USD, superando en 0.86% a lo alcanzado respecto al año anterior, pese a la caída de las exportaciones durante los dos primeros trimestres del 2014 ocasionado por una caída del precio promedio de exportación de 15% a 2.89 dólares el kg, mientras que

el 2013 el precio se estableció en 3.32 dólares.



En el año 2015 el precio del espárrago fresco o refrigerado peruano fue de 3.22 dólares logrando un crecimiento de 11% en relación al precio del año anterior (2014) favorecido por una menor producción mexicana que elevó los precios del espárrago, en términos del valor de las exportaciones alcanzó los 322,448 miles de USD mostrando un crecimiento de 6.74% siendo una de los principales exportadores el Complejo Agroindustrial Beta, este incremento fue como consecuencia de la menor oferta mexicana afectada por temas climáticos.

El valor de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado en el periodo 2016 – 2017 mostró una caída estrepitosa como causa del envejecimiento de las esparragueras y la disminución en las hectáreas destinadas al cultivo de esta hortaliza, ejemplo de lo indicado es la caída de 30,149 ha que poseía Perú en el año 2010 a 22,000 ha en el año 2017 disminuyendo en un 37%. Es por ese motivo que la ventaja comparativa revelada de las exportaciones peruanas de espárrago fresco o refrigerado durante el periodo 2013 – 2017 ha mostrado una tendencia decreciente, con una variación porcentual de -6.29.

3.1.2 Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones de Espárrago Fresco o refrigerado de México

Tomando cada una de las variables mencionadas en el cuadro n°1 durante el periodo 2013-2017, se procedió a emplear la construcción del Índice de Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones (VCE) de espárrago fresco o refrigerado de México.

Un reporte de Scotiabank, indicó que hasta el 2010, Perú se posicionó como principal exportador de espárragos frescos o refrigerados a Estados Unidos; no obstante, en la actualidad México se ha convertido en el principal exportador de espárrago al país norteamericano, contando con una participación del 51%.

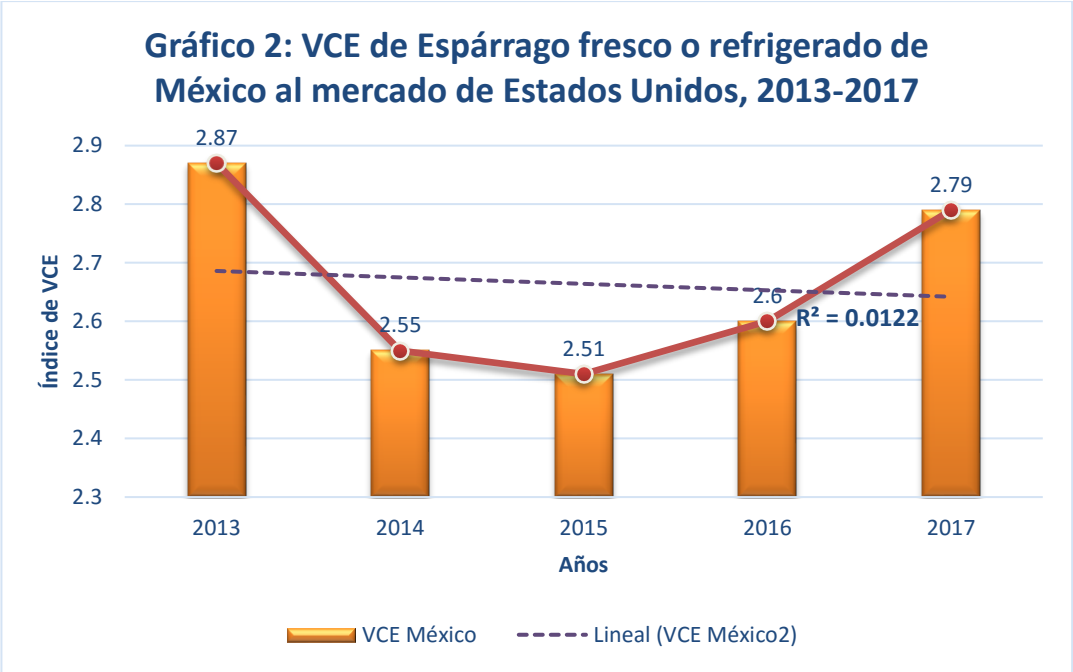
MÉXICO

Años	Xni	Xai	Xar	Xnr
2013	$299,242,829.00	$304,213.00	$994,646.00	$17,301,041,532.00
2014	$318,430,626.00	$235,545.00	$992,818.00	$17,254,895,383.00
2015	$308,910,266.00	$264,377.00	$1,037,887.00	$14,911,441,876.00
2016	$302,497,511.00	$331,162.00	$1,170,436.00	$14.434.499,809.00
2017	$326,858,065.00	$404,611.00	$1,219,008.00	$16,038,959,394.00

Fuente: Trade Map Cuadro n°2

Xni	Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía A) en el país I.
Xai	Valor de las exportaciones de las exportaciones de la mercancía A en el país I.
Xar	Valor de las exportaciones del producto A en el mundo (menos lo exportado por el país I).
Xnr	Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país I.

En el gráfico 2 podemos visualizar la tendencia de la VCE de las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado de México en el mercado de Estados Unidos.



México en el periodo 2014 – 2017 mostró un crecimiento de más de 71% en relación al valor de las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado según Trade Map, la demanda externa de la hortaliza promovida en gran volumen y de manera creciente por Estados Unidos de América ha brindado un efecto positivo el cual ha permitido generar una ventaja comparativa en el país azteca, muy probablemente impulsado por la firma del TLCAN y por la proximidad geográfica con el principal importador a nivel mundial (683,431 miles de dólares en el año 2017).

Los precios que obtiene México son superiores frente a los de Perú, en contraparte sus costos del país azteca son más reducidos. Asimismo, el rendimiento promedio ha evolucionado en los últimos años en promedio de 7 t/ha a 9 t/ha, dichos factores se ven reflejados en la VCE obtenidas durante el periodo 2014-2017, mostrando una tendencia creciente, con una variación de 24%.

En términos de producción la capacidad nacional de producir espárragos todo el año, han sido durante largos años una ventaja comparativa importante, sin embargo, la producción azteca tradicionalmente se centraba en 4 estados, en la actualidad cuenta con 15 estados que le permiten mantener una oferta exportable consistente durante todo el año a excepción de abril, mayo y octubre. Del mismo modo México solo tiene una cosecha anual, mientras que el Perú tiene la ventaja de salir todo el año gracias a

las condiciones agroclimáticas, lo cual nos permite ser competitivos, pese a que no gozamos de las ventajas geográficas y de las no barreras fitosanitarias que sí cuenta el país azteca.

3.1.3 Ventaja Comparativa Revelada de las Exportaciones de Espárrago Fresco o refrigerado de Canadá

Canadá se encuentra entre las 15 primeras economías de exportación en el mundo, en síntesis, es un país abierto al comercio exterior. En el año 2016 logró exportar 364 millones de dólares, obtuvo un PBI de 1.54 billones de dólares y un PBI per cápita de 44.8 mil dólares, pese a lo mencionado anteriormente en los últimos años la balanza comercial de Canadá ha sido negativa, ya que las exportaciones disminuyen con mayor velocidad que las importaciones. Los principales países de destino de sus exportaciones son: Estados Unidos y México (miembros del NAFTA), China, Reino Unido y Japón.

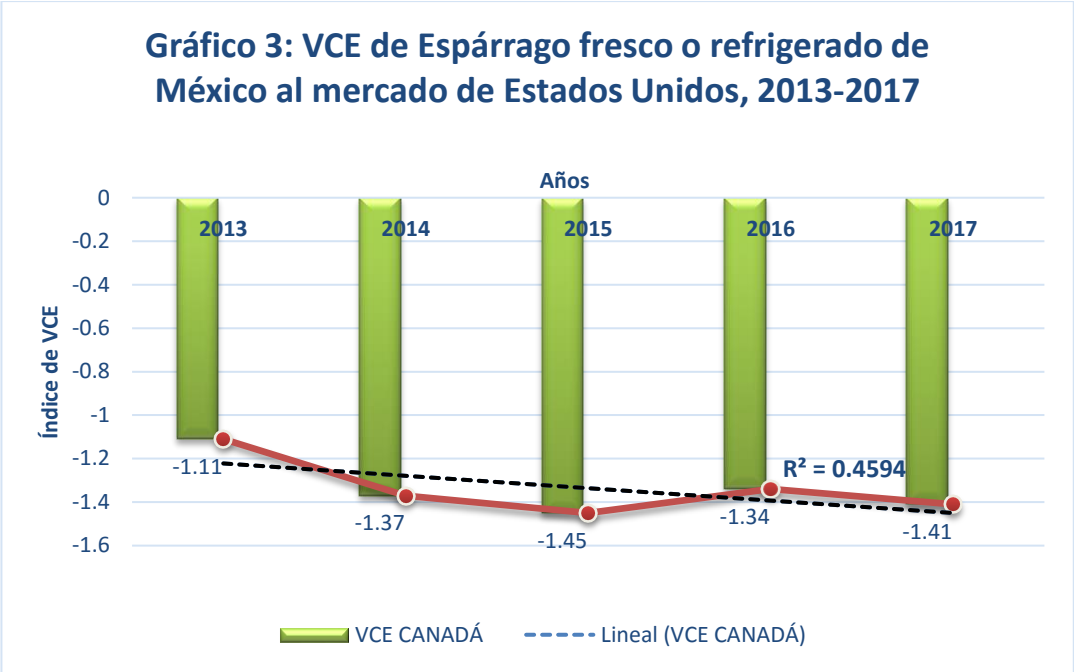
CANADÁ

Años	Xni	Xai	Xar	Xnr
2013	$346,035,148.47	$6,535.00	$994,646.00	$17,301,041,532.00
2014	$364,959,367.69	$5,309.00	$992,818.00	$17,254,895,383.00
2015	$313,591,592,89	$5,107.00	$1,037,887.00	$14,911,441,876.00
2016	$296,607,259.72	$6,282.00	$1,170,436.00	$14.434.499,809.00
2017	$319.066,980.09	$5,914.00	$1,219,008.00	$16,038,959,394.00

Fuente: Trade Map Cuadro n°3

Xni	Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía A) en el país I.
Xai	Valor de las exportaciones de las exportaciones de la mercancía A en el país I.
Xar	Valor de las exportaciones del producto A en el mundo (menos lo exportado por el país I).
Xnr	Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país I.

En el año 2016 Canadá exportó 364 miles de millones de dólares, convirtiéndose en el 11° exportador más potencial y grande en el mundo, pese a lo mencionado, sus exportaciones han ido decreciendo a una tasa de -3.9% anualmente.



La ventaja Comparativa Revelada de las exportaciones de espárrago fresco o refrigerado de Canadá en el periodo 2013-2017 ha mostrado una tendencia negativa que se ha ido acrecentando anualmente, pese a contar con una alianza estratégica con Estados Unidos (NAFTA) y con una ventaja comparativa geográfica. Los principales productos de exportación son el oro, petróleo refinado, gas de petróleo, aluminio, la madera aserrada, el petróleo crudo, vehículos y los turborreactores.

IV. DISCUSIÓN

Jara, Soleyl, Parin y Mara (2017) concluyeron que: México ha extendido sus hectáreas de cultivo, convirtiéndose como el principal exportador de espárrago fresco o refrigerado en el mercado de Estados Unidos, desplazando a Perú. Asimismo, cabe resaltar que la proximidad del país azteca con Estados Unidos es un factor determinante en el precio final de la hortaliza, factor con el cual no es posible competir pese a que nuestros espárragos son considerados en el mercado mundial como los de mayor calidad, ya que nuestro precio es más elevado por temas intrínsecamente logísticos (p.50). Esta conclusión coincide con los resultados obtenidos mediante la aplicación de la VCE del espárrago fresco o refrigerado en el periodo 2013-2017 en el mercado de Estados Unidos, en el caso de Perú se puede visualizar una tendencia decreciente con una variación de -6.29% en dicho periodo, como consecuencia de la caída progresiva de las cantidades exportadas que se encuentran directamente vinculadas por dos factores: precio de la hortaliza mexicana y envejecimiento de nuestras esparragueras. Por otro lado, México en el periodo señalado anteriormente alcanzó una tendencia creciente exponencial, a causa de aprovechar eficientemente su ventaja comparativa (proximidad geográfica) logrando reducir los costos de producción (logístico) que les ha permitido vender la hortaliza a un precio mucho menor al nuestro, del mismo modo en términos de producción ha logrado ampliar su oferta exportable que se centraban típicamente en 4 estados a contar en la actualidad con 15 estados destacando entre ellos Sonora por ser el líder en la producción del país azteca (146 mil 743 toneladas, 2017) posicionándose a la fecha como el principal exportador de espárrago fresco o refrigerado en el mercado de Estados Unidos.

Bayona, Elejalde, Montoya y Ulloque (2017) concluyeron que: La industria del espárrago peruano cuenta con una posición preponderante frente a los demás países productores de la hortaliza, pero que como consecuencia de un exiguo avance tecnológico y una limitada cadena de distribución no ha logrado consolidarse como líder exportador. Muy por el contrario, México ha adecuado e implementado de forma eficiente su cadena de distribución, logrando consolidarse como el principal proveedor de espárrago fresco o refrigerado en el mercado de Estados Unidos (p.51). La ventaja comparativa revelada obtenida por México en el

periodo 2013-2017, ha sido consecuente con las medidas asumidas por el Estado azteca y por SAGARPA (Secretaria de Agricultura, Ganadería, Desarrolla Rural, Pesca y Alimentación), mostrando una tendencia creciente de 24% a lo largo del periodo 2013-2017. Canadá pese a contar con la misma ventaja comparativa con México (proximidad geográfica), no ha logrado posicionarse como uno de los principales proveedores de la hortaliza en el país de Estado Unidos, la VCE de Canadá ha mostrado en el periodo 2013-2017 una tendencia negativa de 27.5%.
Perú ha perdido en los últimos años competitividad como exportador del espárrago fresco o refrigerado al mercado de Estados Unidos, tal como indican en su tesis Bayona, Elejalde, Montoya y Ulloque, como consecuencia del escaso avance tecnológico y cadena de distribución limitada, reflejada en los altos costos logísticos, así como el requerimiento fitosanitario del APHIS (El Servicio de Inspección de Sanidad Animal y Vegetal) impuesta a nuestra hortaliza para ingresar al país a Estados Unidos, factor que afecta la competitividad exportadora de espárrago fresco o refrigerado de nuestro país frente a sus competidores.

Alburquerque (2014) concluyó que: Que existe una relación directa entre la variación del precio de México y la demanda del espárrago peruano; pues indica que un aumento de la hortaliza mexicana hace que la demanda rote en mayor proporción hacia Perú, lo cual permite que se aumente la oportunidad de acrecentar el volumen de las exportaciones de nuestra hortaliza. Asimismo, concluyó que el principal sustituto de la hortaliza peruana es la mexicana (p.53). Entre febrero e inicios de abril, existe una brecha comercial pequeña, pero de extrema producción ocasionando una sobreoferta en el mercado de Estados Unidos, provocando una caída de precios considerable, es en este momento donde Perú no es muy competitivo, sin embargo, en la semana que el frío visita los cultivos de México, nosotros seguimos cosechando, adueñándonos del mercado en una especie de monopolio, donde lo ideal es sacarle el mayor provecho económico al negocio.
Por otro lado, México solo tiene una cosecha al año, muy por el contrario, Perú puede salir al mercado durante todo el año por su ventaja de las condiciones agroclimáticas del país, permitiéndonos ser más competitivos, pese a no gozar de los beneficios de las no barreras fitosanitarias y de la cercanía geográfica como México y Canadá.

Cuyuche, Planas y Salazar, en su tesis para optar el grado de Magister en Administración Estratégica de Empresas, “Planeamiento Estratégico del Espárrago en el Perú”. Los autores concluyeron que Caborca es una región que cuenta con gran similitud a la costa peruana, ya que su clima le permite producir la hortaliza todo el año, con exclusión de los meses de mayo y junio como consecuencia del incremento de las temperaturas, convirtiendo a México como nuestro principal competidor en el mercado de Estados Unidos. Esta conclusión se logra corroborar al visualizar la relación inversamente proporcional de las cantidades de las exportaciones mensuales de Perú y México, donde el principal factor determinante de estas variaciones es el valor de la hortaliza de un país frente al del otro.

El desplazamiento de Perú como principal exportador de espárrago fresco o refrigerado en el mercado de Estados Unidos, podría corregirse con apoyo del SENASA al eliminar la restricción fitosanitaria impuesta por el APHIS, que afecta directamente al precio de nuestra hortaliza, convirtiéndola en menos competitiva frente a la mexicana, esta medida según MINAGRI (2016) favorecería en un aumento de hasta 30 y 40 millones de dólares anuales.

V. CONCLUSIONES

1. De acuerdo con los resultados de la presente investigación, se ha logrado evidenciar que el nivel de la competitividad del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estado Unidos en el periodo 2013-2017 ha mostrado una tendencia decreciente, cediendo el primer lugar al país de México como principal proveedor de la hortaliza en el mercado de Estados Unidos.
2. En base a los resultados de la investigación, se ha logrado determinar que la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos ha mostrado una tendencia decreciente, con una variación de -6.29% en el periodo 2013-2017.
3. En base a los resultados de la investigación, se ha logrado determinar que la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado mexicano en el mercado de Estados Unidos ha mostrado una tendencia creciente, con una variación de 24% en el periodo 2013-2017.
4. En base a los resultados de la investigación, se ha logrado determinar que la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco o refrigerado canadiense en el mercado de Estados Unidos ha mostrado una tendencia decreciente, con una variación de -27.5% en el periodo 2013-2017.

VI. RECOMENDACIONES

1. Se recomienda una mayor sinergia entre todas las instituciones del Estado, SENASA, el Instituto Peruano del Espárrago y Hortalizas (IPEH) y las agroexportadoras con el objetivo de generar e implementar estrategias que permitan lograr el retiro del requerimiento del APHIS (fumigación), ya que tal medida nos resta competitividad afectando de forma directa en el precio final y la vida anaquel de la hortaliza.
2. Uno de los principios más importantes al momento de minimizar riesgos, es la diversificación, dicho principio no es aplicado en la exportación de la hortaliza, prueba de ello es que cerca del 50% de nuestra producción está destinada a un solo mercado, el de Estado Unidos, lo cual nos hace completamente susceptibles ante cambios y/o decisiones de este último, ya sea por preferencias meramente económicas o alguna crisis que se pueda suscitar dentro de él. Sería conveniente que empecemos a explorar con mayor énfasis mercados como Alemania y Japón que son dos grandes potenciales importadores de la hortaliza a nivel mundial.
3. Una de las consecuencias de nuestra disminución en productividad es el envejecimiento de nuestras esparragueras, clara muestra de ella es como en el 2010 contábamos con 30,149 ha y en el año 2017 terminamos con solo 22.000, partiendo de lo señalado sería recomendable el buscar sembrar en otras zonas para que los campos puedan descansar tal es el caso de Paiján, Chao y Virú donde las condiciones climatológicas y de suelo son óptimas.
4. Pese a que Perú ha sido desplazado por México como principal exportador de la hortaliza en el mercado de Estados Unidos, no sólo debe conformarse con la ventaja comparativa agroclimáticas, todas las entidades estatales y particulares que forman parte del proceso del espárrago desde el cultivo hasta la entrega al consumidor final, deben de lograr reducir los costos logísticos.

VII. REFERENCIAS

(s.f.).

Albuquerque Cabrejo, M. (2014). *Factores que determinan la demanda internacional del espárrago fresco del Perú, periodo 1992-2013 (Tesis de Licenciatura).* Obtenido de http://repositorio.upao.edu.pe/bitstream/upaorep/326/1/ALBUQUERQUE_MARIA_FACTORES_DEMANDA_ESPARRAGO.pdf

Análisis de la Competitividad de las exportaciones de esparrago mexicano a Estados Unidos en el Marco del TLC de América del Norte (Sexto Coloquio Interdisciplinario de Doctorado). (2013). Obtenido de https://upaep.mx/micrositios/coloquios/coloquio2013/memorias/Mesa%207%20DEySE/Rosalina%20Jaime%20Meuly.pdf

Anaya Suarez, R. B. (2017). *Situación actual de la exportación de espárrago (asparagus officinalis) en el Perú.* Obtenido de http://repositorio.lamolina.edu.pe/handle/UNALM/2975

Avendaño R., B. (2008). *Globalización y competitividad en el sector hortofrutícola: México, El gran perdedor.* México: El Cotidiano.

Balassa, B. (1965). *Trade Liberalization and "Revealed" Comparative Advantage.* Manchester: Manchester School of Economic and Social Studies,.

Bayona Carazas, G., Elejalde Corbacho, A., Montoya Orellana, A., & Ulloque Meres, Y. (2017). *Planeamiento Estratégico de la Industria Peruana del Espárrago.* Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/handle/123456789/9010

Belén Gonzáles, K. (2016). *Innovación estratégica dentro de la industria alimenticia (Tesis de Licenciatura).* Obtenido de http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/12098/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20L.%20Adm.%20Gonz%C3%A1lez%20Kenny%2C%20Bel%C3%A9n.pdf

Bengoa Medina, P., Ramos Montalvo, M., & Shimabukuro Goto, J. (2016). *Plan de negocios para el ingreso a la exportación del espárrago congelado (Tesis de maestría).* Obtenido de http://repositorio.up.edu.pe/handle/11354/1684

Cuyuche Yupari, L., Planas Rivarola, J., & Salazar Oré, F. (2017). *Planeamiento Estratégico del Espárrago en el Perú (Tesis de Maestría).* Obtenido de http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/9601/CUYUCHE_PLANAS_PLANEAMIENTO_ESPARRAGO.pdf?sequence=1

Herdocio Nieri, V. I. (2014). *Innovación en países en vías de desarrollo (Tesis de Licenciatura).* Obtenido de

http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/129803/Innovaci%C3%B3n%20en%20pa%C3%ADses%20en%20v%C3%ADas%20de%20desarrollo.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Heredia Pérez, J., & Huarachi Chávez, J. (2009). EL ÍNDICE DE LA VENTAJA COMPARATIVA REVELADA (VCR) ENTRE EL PERÚ Y LOS PRINCIPALES EXPORTADORES DEL MUNDO: El caso de la Región Lambayeque. *Red de Revistas Científicas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*, 29.

Horta, R., & Jung, A. (2002). "Competitividad e industria manufacturera. Aportes para un marco de análisis. *Revista electrónica de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Católica, Montevideo.*, 6.

Romero Jiménez, D. (2014). *Complementariedad Comercial del Ecuador y su incidencia con el comercio de la Unión Europea en el periodo 2009-2012. (Tesis de Licenciatura).* Obtenido de http://repositorio.puce.edu.ec/bitstream/handle/22000/6919/7.36.000948.pdf?sequence=4

Ruiz Chavez, B. M., & Trinidad Cerda, Y. E. (2017). *Efecto de las tecnologías de información y comunicación (TIC) en la competitividad internacional de las PYMES agroexportadoras de espárragos frescos en Lima Metropolitana y Callao (Tesis de Licenciatura).* Obtenido de http://repositorio.usil.edu.pe/bitstream/USIL/2682/1/2017_Ruiz_Efecto-de-las-tecnologias-de-informaci%C3%B3n-y-comunicacion.pdf

Torres Preciado, V. (2009). La competitividad del aguacate mexicano en el mercado estadounidense. *Revista de Geografía Agrícola No. 43*, 40.

Ubfal, D. (2004). *El concepto de Competitividad. Medición y aplicación al caso argentino.* Buenos Aires: Instituto de Investigaciones Económicas. Obtenido de http://publicaciones.eco.uaslp.mx/VOL12/Paper02-7(2).PDF

Ubillús Meléndez, F. (2015). *La Quinua como alternativa de cultivo rentable en la region de Lambayeque para el mercado Interno Y Externo (Tesis de Bachiller).* Obtenido de http://repositorio.urp.edu.pe/handle/urp/796

Vasquez, C., Morales, R., & Puch, M. (2017). Exportaciones no tradicionales en los últimos 5 años: El Boom Agroexportador. *Revista Moneda N°172, BCRP.*, 44.

Vita, J. J. (2015). *Desarrollo de marca en commodities de origen agrícola: El caso de la industria vitícola de la Provincia de San Juan (Tesis de licenciatura).* Obtenido de http://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/11986/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.L.%20Adm.%20Vita%2C%20Juan%20Jos%C3%A9.pdf

Vollrath, T. (1991). *A theoretical evaluation of alternative trade intensity measures of revealed competitive.* United States: World Economics.

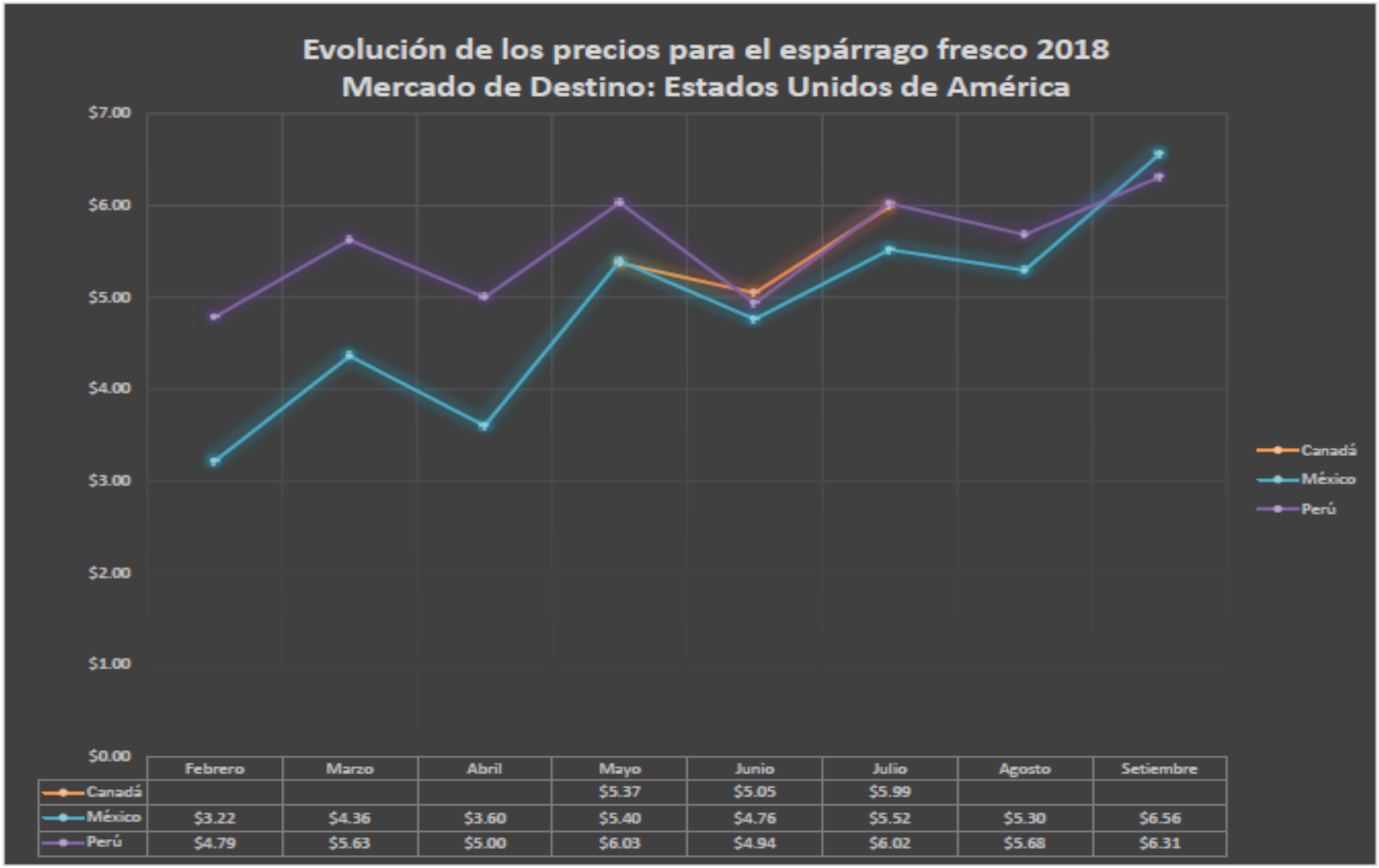
Youkhadar Allis, G. (2016). *ORGANIC FOOD Market and Restaurant (Tesis de Maestría).* Obtenido de http://repositorio.uchile.cl/bitstream/handle/2250/140874/Youkhadar%20George.pdf?sequence=1&isAllowed=y

VIII. ANEXOS

ANEXO 1: Matriz de Consistencia

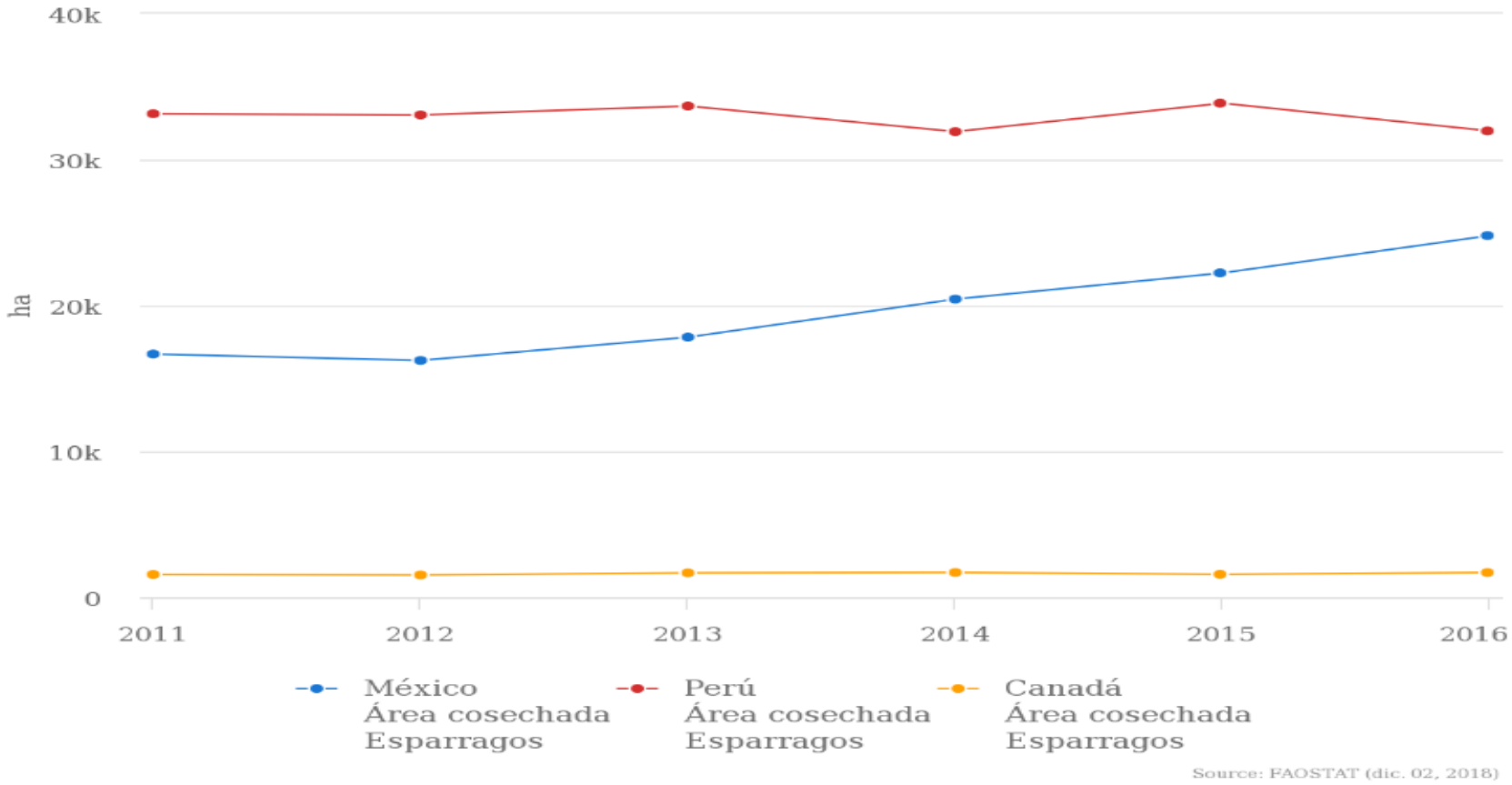
Objeto de Estudio	Problema de Investigación	Objetivos de Investigación	Hipótesis	Variables	Dimensiones	Indicadores
EXPORTACIONES DEL ESPÁRRAGO FRESCO AL MERCADO NORTEAMERICANO	**Problema General**	**Objetivo General**	**Hipótesis General**	**Competitividad**	**VCE de Perú**	**Xai:** Valor de las exportaciones de la mercancía **A** en el país **I**. **Xni:** Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía **A**) en el país **I**. **Xar:** Valor de las exportaciones del producto **A** en el mundo (menos lo exportado por el país **I**). **Xnr:** Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país **I**.
	¿Cuál es el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?	Determinar el nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.	El nivel de competitividad del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, descendió.			
	Problema Específico	**Objetivos Específicos**	**Hipótesis Específicas**			
	¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?	Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.	La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco peruano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013 - 2017, disminuyó.		**VCE de México**	
	¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco mexicano en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?	Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco mexicano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.	La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco mexicano en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, aumentó.			
	¿Cuál es la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco canadiense en el mercado de Estados Unidos, 2013-2017?	Determinar la ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco canadiense en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017.	La ventaja comparativa revelada de las exportaciones del espárrago fresco canadiense en el mercado de Estados Unidos en el periodo 2013- 2017, aumentó.		**VCE de Canadá**	

Anexo 2



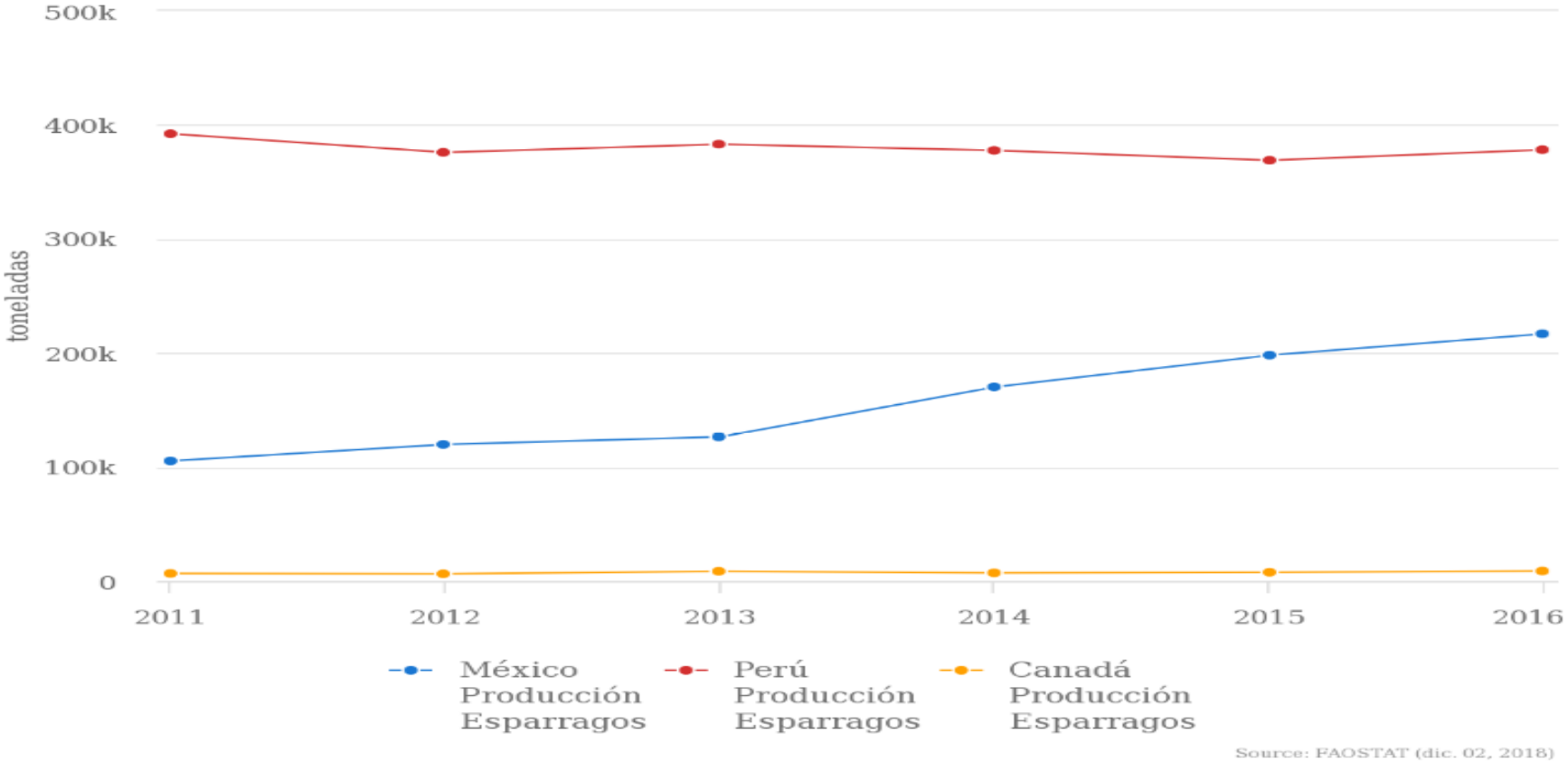
	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Setiembre
Canadá				$5.37	$5.05	$5.99		
México	$3.22	$4.36	$3.60	$5.40	$4.76	$5.52	$5.30	$6.56
Perú	$4.79	$5.63	$5.00	$6.03	$4.94	$6.02	$5.68	$6.31

Anexo 3: Evolución de la superficie cultivada de espárragos 2011-2016



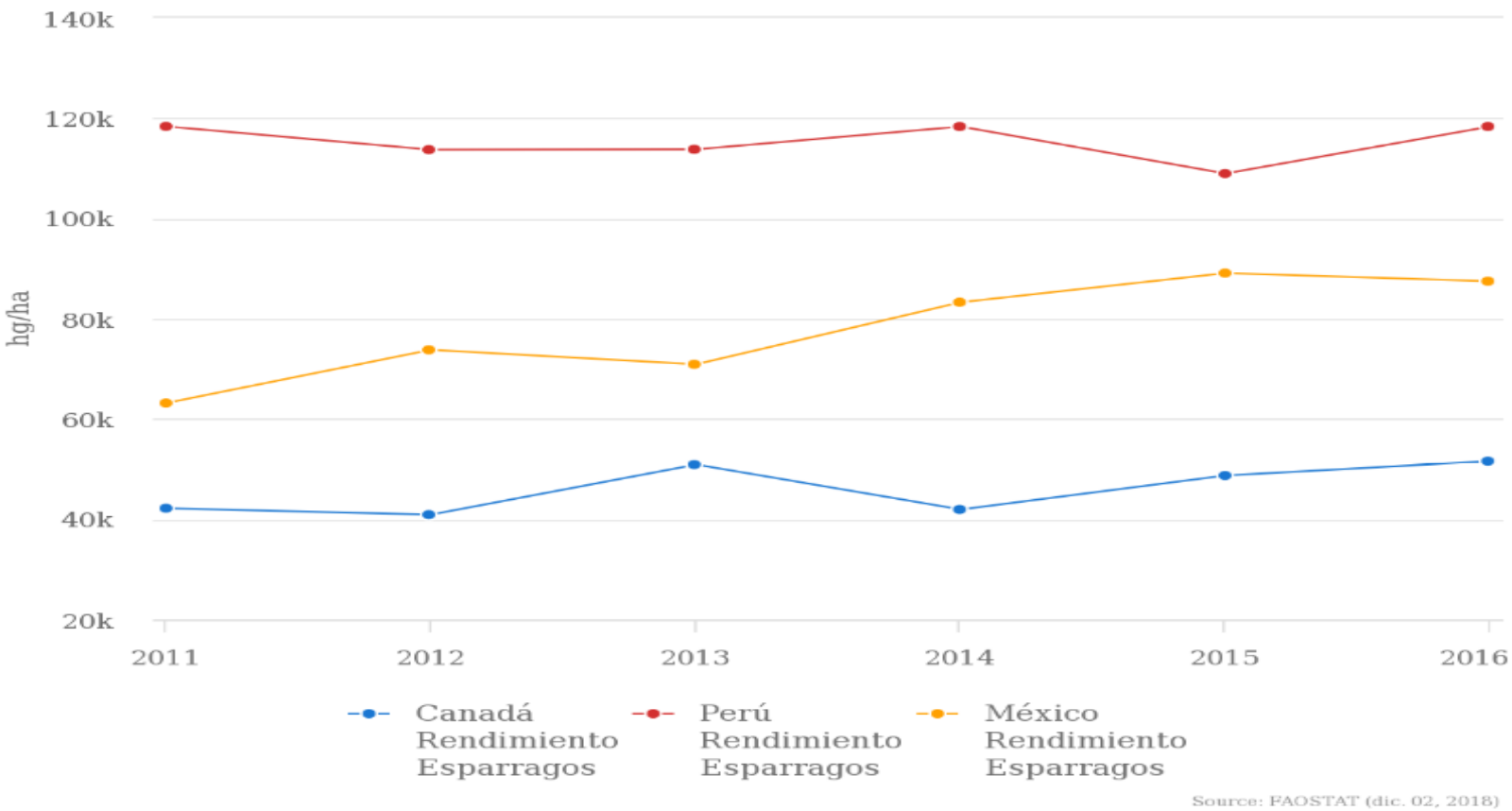
	ÁREA COSECHADA					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Perú	33144	33063	33673	31919	33870	31967
México	16670	16233	17829	20438	22232	24791
Canadá	1559	1524	1667	1695	1570	1691

Anexo 4: Evolución de la producción de espárragos 2011-2016



	PRODUCCIÓN					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Perú	392306	375978	383144	377701	369032	378306
México	105312	119789	126421	170225	198075	216871
Canadá	6577	6235	8486	7110	7649	8723

Anexo 5: Evolución del rendimiento de espárragos 2011-2016

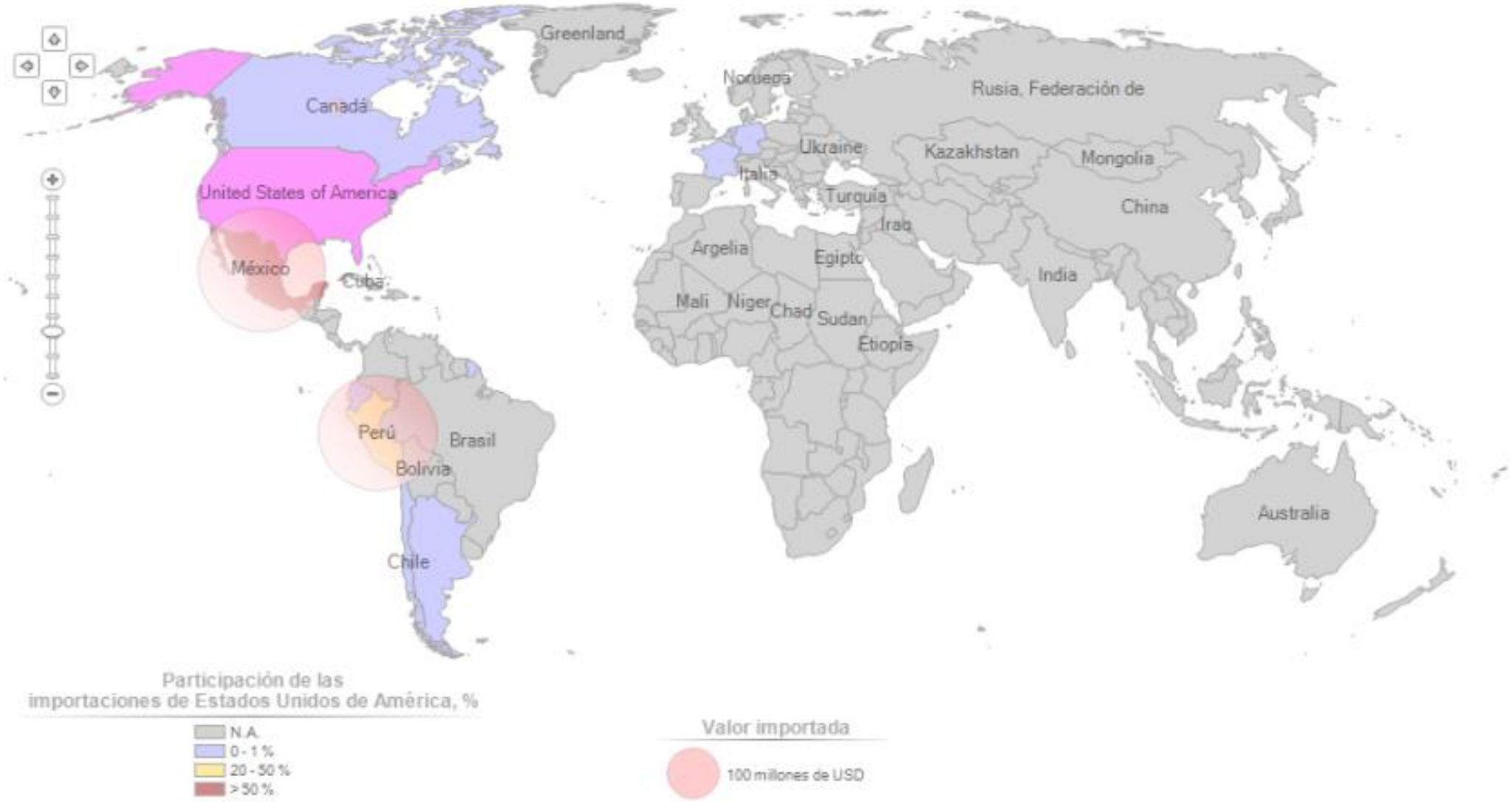


	RENDIMIENTO					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Perú	118364	113716	113784	118331	108955	118343
México	63175	73794	70908	83288	89097	87478
Canadá	42187	40912	50906	41947	48720	51585

Anexo 6

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América en 2017

Producto : 070920 Espárragos, frescos o refrigerados



Anexo 7

Lista de los mercados proveedores para un producto importado por Estados Unidos de América en 2017
Producto: 070920 Espárragos, frescos o refrigerados
Las importaciones de Estados Unidos de América representan **50,4%** de las importaciones mundiales para este producto, su posición relativa en las importaciones mundiales es **1**

Tabla | Gráfico | Mapa | Empresas | Datos IED | Datos arancelarios | Normas voluntarias

Descargar : | líneas por página : Por defecto (25 por página)

1 2 3 4

Seleccione sus indicadores

Comercio bilateral	Exportadores	Valor importado en 2017 (miles de USD)	Participación de las importaciones para Estados Unidos de América (%)	Cantidad importada en 2017	Unidad de medida	Valor unitario (USD/unidad)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2013-2017 (%, p.a.)	Tasa de crecimiento de las cantidades importadas entre 2013-2017 (%, p.a.)	Tasa de crecimiento de los valores importados entre 2016-2017 (%, p.a.)	Tasa de crecimiento de las exportaciones totales del país socio entre 2013-2017 (%, p.a.)	Estimación del comercio potencial no realizado, miles de USD
	Mundo	776.289	100	227.888	Toneladas	3.406	5	4	8	5	343.487
	México	425.280	54,8	147.332	Toneladas	2.887	10	10	20	19	303.426
	Perú	344.180	44,3	78.905	Toneladas	4.362	0	-3	-3	1	8.411
	Canadá	5.914	0,8	1.421	Toneladas	4.162	0	-3	-6	1	-
	Ecuador	412	0,1	153	Toneladas	2.693	4	3	-30	3	-
	Argentina	395	0,1	63	Toneladas	6.270	46	23	45	48	-
	Chile	54	0	8	Toneladas	6.750			-58	-34	
	Francia	33	0	3	Toneladas	11.000	28	16	144	-1	664
	Países Bajos	11	0	2	Toneladas	5.500	-3	-8	-58	0	6.470
	Alemania	9	0	0	Toneladas		14		174	0	1.055
	Japón										
	Australia									10	5.229
	España									6	6.461
	Suiza									-35	
	Reino Unido									-1	
	Singapur									4	
	Corea, República de									298	
	Bélgica									7	411

Anexo 8

Periodos de Cosecha de Espárragos en los Países Competidores

País productor	Ene	Feb	Mar	Abr	May	Jun	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic
China		■	■	■	■					■		
Perú		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
México	■	■	■	■		■	■	■	■	■	■	■
Alemania				■	■	■						
España	■	■	■	■	■	■						
Holanda	■	■	■	■	■							
Estados Unidos	■	■	■	■	■							

Nota. Adaptado de "Riesgos de mercado: Espárragos," de Maximixe, 2016.

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: Mendoza Cava Percy David

I.2. Especialidad del Validador: Magíster en Gerencia Estratégica y Auditoría

I.3. Cargo e Institución donde labora: Docente – Investigador

I.4. Nombre del Instrumento motivo de la evaluación: Cuestionario

I.5. Autor del instrumento:

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
LARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado					✓
BJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica					✓
ERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación					✓
CTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables					✓
RGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad					✓
UFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.					✓
NTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responda al propósito de la investigación					✓
ONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.					✓
OHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento					✓
ETODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.					✓
	PROMEDIO DE VALORACIÓN					

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

Muy Satisfactorio

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 95%

Los Olivos, 30 de Noviembre del 2018

Firma de experto informante

DNI: 41350193

Teléfono: 986403185

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable 1: COMPETITIVIDAD

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Xni: Valor de las exportaciones totales excepto la mercancía (i) en el país j	✓		
Xai: Valor de las exportaciones de la mercancía en el país j	✓		
Xne: Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país Y	✓		
Xae: Valor de las exportaciones del producto e en el mundo (menos lo exportado por el país j)	✓		

Firma del experto informante

DNI 7138 0343

Teléfono 98[illegible]

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: [illegible]

I.2. Especialidad del Validador: [illegible]

I.3. Cargo e institución donde labora: DOCENTE UCV

I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: [illegible]

I.5. Autor del instrumento: CRISTOPHER [illegible]

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Está formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Está expresado de manera coherente y lógica			✓		
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación			✓		
ACTUALIDAD	Está adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son válidos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir				✓	
	PROMEDIO DE VALORACIÓN					

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

[illegible]

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Los Olivos, 30 de noviembre del 2018

Firma de experto informante

DNI: 41495652

Teléfono: 995 [illegible] 023

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable: COMPETITIVIDAD

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Xni: Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía a) en el país i.	✓		
Xai: Valor de las exportaciones de la mercancía a en el país i	✓		
Xnr: Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país Y.	✓		
Xar: Valor de las exportaciones del producto a en el mundo (menos lo exportado por el país i).	✓		

.....

Firma de experto informante

DNI: 41478152

Teléfono: 945 301 023

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS DEL INSTRUMENTO DE INVESTIGACIÓN

I. DATOS GENERALES:

I.1. Apellidos y nombres del informante: ROCCA CARVIJAL MARIT

I.2. Especialidad del Validador: MGS ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS

I.3. Cargo e Institución donde labora: JPC - DOCENTE UNIVERSITARIO CÉSAR VALLEJO

I.4. Nombre del instrumento motivo de la evaluación: Ficha Diagnóstica Propia de la Información

I.5. Autor del instrumento: CRISTIAN PEREDO FRANCISCO

II. ASPECTOS DE VALIDACIÓN E INFORME:

INDICADORES	CRITERIOS	Deficiente 0-20%	Regular 21-40%	Bueno 41-60%	Muy bueno 61-80%	Excelente 81-100%
CLARIDAD	Esta formulado con lenguaje apropiado				✓	
OBJETIVIDAD	Esta expresado de manera coherente y lógica				✓	
PERTINENCIA	Responde a las necesidades internas y externas de la investigación				✓	
ACTUALIDAD	Esta adecuado para valorar aspectos y estrategias de las variables				✓	
ORGANIZACIÓN	Comprende los aspectos en calidad y claridad.				✓	
SUFICIENCIA	Tiene coherencia entre indicadores y las dimensiones.				✓	
INTENCIONALIDAD	Estima las estrategias que responde al propósito de la investigación				✓	
CONSISTENCIA	Considera que los ítems utilizados en este instrumento son todos y cada uno propios del campo que se está investigando.				✓	
COHERENCIA	Considera la estructura del presente instrumento adecuado al tipo de usuario a quienes se dirige el instrumento				✓	
METODOLOGÍA	Considera que los ítems miden lo que pretende medir.				✓	
	PROMEDIO DE VALORACIÓN					

III. OPINIÓN DE APLICACIÓN:

¿Qué aspectos tendría que modificar, incrementar o suprimir en los instrumentos de investigación?

HAY SUFICIENCIA

IV. PROMEDIO DE VALORACIÓN: 80%

Los Olivos, 30 de NOVIEMBRE del 2018

Firma de experto informante

DNI: 46460582

Teléfono: 962710297

V. PERTINENCIA DE ÍTEM O REACTIVOS DEL INSTRUMENTO:

Variable: COMPETITIVIDAD

INSTRUMENTO	SUFICIENTE	MEDIANAMENTE SUFICIENTE	INSUFICIENTE
Xni: Valor de las exportaciones totales (excepto la mercancía a) en el país i.	/		
Xai: Valor de las exportaciones de la mercancía a en el país i	/		
Xnr: Valor de las exportaciones en el mundo excepto del país Y.	/		
Xar: Valor de las exportaciones del producto a en el mundo (menos lo exportado por el país i).	/		

.....

Firma de experto informante

DNI: 46460382

Teléfono: 962710297

UCV UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO	**ACTA DE APROBACIÓN DE ORIGINALIDAD DE TESIS**	Código : F06-PP-PR-02.02 Versión : 09 Fecha : 23-03-2018 Página : 1 de 1

Yo, RICARDO COSIO BORDA, docente de la Facultad CIENCIAS EMPRESARIALES y Escuela Profesional NEGOCIOS INTERNACIONALES de la Universidad César Vallejo SEDE NORTE (precisar filial o sede), revisor (a) de la tesis titulada "COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACIÓN DEL ESPÁRRAGO FRESCO O REFRIGERADO PERUANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2013 - 2017", del (de la) estudiante CRISTOBAL MOROTE FRANCHESCO EDUARDO, constato que la investigación tiene un índice de similitud de 20% verificable en el reporte de originalidad del programa Turnitin.

El/la suscrito (a) analizó dicho reporte y concluyó que cada una de las coincidencias detectadas no constituyen plagio. A mi leal saber y entender la tesis cumple con todas las normas para el uso de citas y referencias establecidas por la Universidad César Vallejo.

Lugar y fecha: Lima, 6 de Diciembre de 2018

.....

Firma

RICARDO COSIO BORDA

DNI: 70586255

Elaboró	Dirección de Investigación	Revisó	Responsable del SGC	Aprobó	Vicerrectorado de investigación

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACION DEL ESPÁRRAGO FRESCO O REFRIGERADO PERUANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2013- 2017

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

AUTOR:

CRISTOBAL MOROTE, FRANCHESCO EDUARDO

ASESOR:

MGTR. RICARDO COSIO BORDA

LÍNEA DE INVESTIGACIÓN:

MARKETING Y COMERCIO INTERNACIONAL

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación (CRAI)
"César Acuña Peralta"

FORMULARIO DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN ELECTRÓNICA DE LAS TESIS

1. **DATOS PERSONALES**

Apellidos y Nombres: Franchesco Cristobal Morote
D.N.I. : 73131714
Domicilio : San Juan de Amancaes Mz29 Lt8 - Rimac
Teléfono : Fijo : 481-1284 Móvil : 954150504
E-mail : frcristobal17@gmail.com

2. **IDENTIFICACIÓN DE LA TESIS**

Modalidad:

☒ Tesis de Pregrado
Facultad : Ciencias Empresariales
Escuela : Negocios Internacionales
Carrera : Negocios Internacionales
Título : Licenciado en negocios internacionales

☐ Tesis de Post Grado
☐ Maestría ☐ Doctorado
Grado : .....
Mención : .....

3. **DATOS DE LA TESIS**

Autor (es) Apellidos y Nombres:
Franchesco Cristobal Morote

Título de la tesis:
Competitividad de la exportación del espárrago fresco o refrigerado peruano en el mercado de Estados Unidos, 2013- 2017

Año de publicación : 2018

4. **AUTORIZACIÓN DE PUBLICACIÓN DE LA TESIS EN VERSIÓN ELECTRÓNICA:**

A través del presente documento,
Si autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☒
No autorizo a publicar en texto completo mi tesis. ☐

Firma : ..... Fecha : 6/11/2018

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

AUTORIZACIÓN DE LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

CONSTE POR EL PRESENTE EL VISTO BUENO QUE OTORGA EL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN DE

La Escuela de Negocios Internacionales

A LA VERSIÓN FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN QUE PRESENTA:

CRISTOBAL MOROTE, FRANCHESCO EDUARDO

INFORME TÍTULADO:

COMPETITIVIDAD DE LA EXPORTACION DEL ESPÁRRAGO FRESCO O REFRIGERADO PERUANO EN EL MERCADO DE ESTADOS UNIDOS, 2013- 2017

PARA OBTENER EL TÍTULO O GRADO DE:

LICENCIADO EN NEGOCIOS INTERNACIONALES

SUSTENTADO EN FECHA: 6/12/2018

NOTA O MENCIÓN: 15

UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO UCV ESCUELA PROFESIONAL DE NEGOCIOS INTERNACIONALES LIMA

FIRMA DEL ENCARGADO DE INVESTIGACIÓN